

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PADA BAGIAN
MARKETING SPECIALIST GROUP OF RETAIL PUBLISHING
SUB BAGIAN *PRODUCT SPECIALIST* KOMPAS GRAMEDIA
(PT GRAMEDIA ASRI MEDIA)**

**ANDIKA ALFAQURI
8135123367**



Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA JURUSAN
EKONOMI DAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

ABSTRAK

Andika Alfaquri. 8135123367. Marketing Specialist Group of Retail Publishing Sub Bagian Product Specialist Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media). Jakarta : Program Studi Pendidikan Tata Niaga Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta Februari 2015.

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan pada tanggal 12 Januari 2014 sampai dengan 6 Februari 2014 di Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media). Laporan ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan serta berusaha untuk membentuk dan melatih lulusan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (UNJ) yang memiliki kompetensi yang baik. Selama kegiatan PKL, Praktikan ditempatkan pada Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media). Bidang kerja Praktikan adalah pada bagian Product Specialist yang mengerjakan program dan penginputan data serta memberikan pengarahan kepada Sales Promotion Toko Gramedia terhadap setiap event promosi baru. Kendala yang Praktikan hadapi adalah kurangnya fasilitas sarana dan prasarana sehingga pada saat melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan berlangsung menggunakan fasilitas milik Praktikan sendiri.

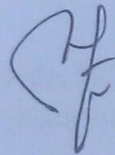
Kata kunci: Sub Bagian Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media).

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

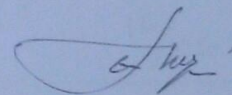
Judul : LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PADA BAGIAN *MARKETING SPECIALIST GROUP OF
RETAIL PUBLISHING* SUB BAGIAN *PRODUCT
SPECIALIST* KOMPAS GRAMEDIA (PT. GRAMEDIA
ASRI MEDIA)
Nama Praktikan : Andika Alfaquri
Nomor Registrasi : 8135123367
Program Studi : Pendidikan Tata Niaga

Menyetujui,
Ketua Program Studi,

Pembimbing

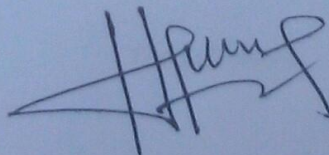


Dra. Tjutju Fatimah, M.Si
NIP. 195311171982032001



Dra. Dientje Griandini, M.Pd
NIP. 195507221982102001

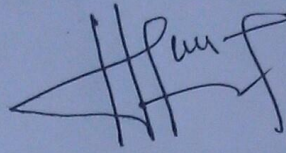
Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi



Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si
NIP. 196610302000121001

LEMBAR PENGESAHAN

Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si

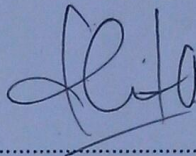
NIP. 196610302000121001

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Ketua Penguji



16 - 6 - 2015

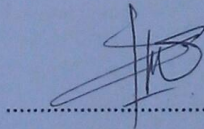
Dita Puruwita, M.Si

NIP. 198209082010122004

Penguji Ahli

Tanda Tangan

Tanggal



16 - 6 - 2015

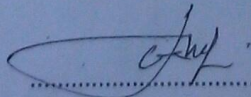
Dr. Corry Yohana, MM

NIP. 195909181985032011

Dosen Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal



23/6/2015

Dra. Dientje Griandini, M.Pd

NIP. 195507221982102001

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang hingga detik ini masih memberikan kita berbagai macam nikmat-Nya. Shalawat dan salam tak lupa kami sanjungkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. Alhamdulillah karena rahmat dan hidayah Allah, maka laporan ini dapat diselesaikan pada waktu yang telah ditentukan.

Laporan ini merupakan hasil dari Praktik Kerja Lapangan di *Marketing Specialist Group of Retail Publishing* sub bagian *Product Spesialis* Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta. Laporan ini dibuat sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan.

Selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan ini, Praktikan mendapatkan banyak pengetahuan dan pengalaman berharga mengenai dunia kerja. Penyusunan laporan Praktik Kerja Lapangan ini dapat diselesaikan karena bantuan dari semua pihak, untuk itu Praktikan mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dra. Dientje Griandini, M.Pd selaku dosen pembimbing.
2. Dra. Tjutju Fatimah, M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga.
3. Drs. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi.

4. Drs. Dedi Purwana, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
5. Bapak Wihartono selaku Kepala Bagian *Product Specialist Group of Retail Publishing* Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) yang telah memberi arahan, bimbingan, dan pengawasan selama Praktik Kerja Lapangan berlangsung.
6. Kedua Orang Tua.
7. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, atas dukungan, bantuan, doa setulus hati, perhatian, kasih sayang, dan semangat luar biasa yang selalu diberikan kepada Praktikan selama ini.

Semoga laporan Praktik Kerja Lapangan ini dapat berguna bagi Praktikan dan pembaca pada umumnya. Praktikan menyadari akan kekurangan dalam laporan ini maka dari itu, Praktikan mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menjadikan laporan ini lebih baik.

Jakarta, 30 April 2015

Praktikan

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang PKL.....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL	5
C. Kegunaan PKL	6
D. Tempat PKL	8
E. Jadwal Waktu PKL	9
 BAB II. TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL	
A. Sejarah Instansi	13
B. . Struktur Organisasi	27
C. Kegiatan Umum Instansi.....	30
 BAB III. PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN	

A. Bidang Kerja	40
B. Pelaksanaan Kerja	43
C. Kendala Yang Dihadapi	47
D. Cara Mengatasi Kendala	48

BAB IV. KESIMPULAN

A. Kesimpulan	54
B. Saran-saran.....	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 : Jadwal Kerja Praktik Kerja Lapangan.....	11
Tabel I.2 : Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan	12
Tabel II.1 : <i>Board of Director</i> Kompas Gramedia.....	28

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 : Logogram pada <i>corporate identity</i> Kompas Gramedia	25
Gambar II.2 : <i>Typography</i> pada <i>corporate identity</i> Kompas Gramedia ..	26
Gambar II.3 : <i>Board of Director</i> Kompas Gramedia.	27
Gambar II.4 : <i>Business Unit</i> Kompas Gramedia.	28
Gambar II.5 : <i>Business Unit</i> Kompas Gramedia.	30
Gambar III.1 : Format <i>data base</i> penginputan data kupon undian.....	44
Gambar III.2 : Format Pemesanan dan Promosi Kompas Gramedia	46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Permohonan Izin PKL
- Lampiran 2 : Surat Pemberian Izin PKL
- Lampiran 3 : Surat Keterangan Telah Melaksanakan PKL
- Lampiran 4 : Identitas Nama Praktikan PKL
- Lampiran 5 : Daftar Hadir PKL
- Lampiran 6 : Daftar Hadir PKL
- Lampiran 7 : Lembar Penilaian
- Lampiran 8 : Format Penilaian Seminar PKL
- Lampiran 9 : Jadwal Kegiatan PKL
- Lampiran 10 : Log Harian PKL
- Lampiran 11 : Dokumentasi Surat Pemesanan dan Promosi
- Lampiran 12 : Dokumentasi Kegiatan
- Lampiran 14 : Kartu Perbaikan Laporan PKL

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini, setiap orang pasti mempunyai keinginan untuk bekerja, karena selain untuk mendapatkan pengalaman, yang lebih utama adalah untuk mendapatkan penghasilan dan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam hal ini mendapatkan pekerjaan bukanlah hal yang mudah. Terlebih untuk seseorang yang tidak mengenyam pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Bahkan untuk yang telah mengenyam pendidikan lebih tinggi pun tidak jarang mereka mendapatkan pekerjaan yang kurang sesuai dengan minat dan bakat serta kemampuan mereka. Terdapat banyak faktor yang menyebabkan pekerjaan yang didapat kurang sesuai dengan latar belakang pendidikan seseorang. Oleh karena itu, berbagai perencanaan dan persiapan pun harus dilakukan seseorang untuk mendapatkan pekerjaan yang layak dan sesuai dengan minat dan bakat mereka. Minat dan bakat dapat lebih diselaraskan bukan hanya dengan pengetahuan yang sudah didapat, tetapi juga dengan praktek langsung yang sudah dilakukan oleh orang tersebut.

Seiring dengan perkembangan dunia kerja yang pesat menuntut para pelaku di dunia kerja, harus dapat memanfaatkan peluang dan kondisi yang ada saat ini. Oleh karena itu, sangat dibutuhkan sumber daya

manusia yang berkualitas, serta berwawasan luas agar dapat bersaing di dunia kerja.

Indonesia yang saat ini menjadi negara peringkat 4 populasi manusia di dunia, dianggap memiliki kelemahan dalam bidang Sumber Daya Manusia (SDM). Tingginya tingkat pengangguran menunjukkan bahwa SDM di Indonesia kurang memiliki keterampilan yang dibutuhkan oleh sektor industri. Semakin sedikit keterampilan yang dimiliki, maka semakin sedikit kemungkinan tenaga kerja di Indonesia dapat bersaing dengan tenaga kerja.¹

Perguruan tinggi adalah salah satu sarana yang menghubungkan antara perusahaan yang mencari tenaga kerja yang sesuai kebutuhan dan para lulusan yang mencari pekerjaan yang sesuai dengan minat dan bakat serta latar belakang pendidikan. Untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dunia kerja bagi para mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta serta memberi kesempatan bagi para mahasiswanya mempraktikkan pengetahuan yang telah didapat dan memberdayakan diri sendiri, mahasiswa diwajibkan untuk mengikuti kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di berbagai instansi pemerintahan maupun perusahaan yang terkait dengan bidang studi yang diambil mahasiswa tersebut.

Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga yang mendalami ilmu selama di bangku perkuliahan telah mendapatkan bekal yang memang dibutuhkan di

¹ Andrew E. Sikula, "Prinsip dan Cara Melakukan Perencanaan SDM", diakses dari <http://yudhim.blogspot.com/2008/01/perencanaan-sumber-daya-manusia-psdm.html> pada tanggal 30 April 2015 pukul 08.55

banyak instansi maupun perusahaan. Bidang Tata Niaga atau pemasaran sendiri mencakup banyak bidang kerja, sehingga dengan banyaknya bidang kerja tersebut banyak pula permasalahan yang timbul. Beberapa diantaranya yaitu dalam hal manajemen penjualan dan manajemen pemasaran.

Penerapan Program PKL di Pendidikan Tata Niaga dilakukan untuk membekali mahasiswa agar mampu mengatasi berbagai masalah yang mungkin timbul dalam dunia kerja termasuk beradaptasi dengan sistem teknologi dan informasi yang ada saat ini di dunia kerja. Dengan mengikuti Program PKL, mahasiswa dapat menambah wawasan dan keterampilan yang tidak mereka dapatkan di universitas serta mengembangkan potensi yang mereka miliki melalui pengalaman nyata yang penuh pembelajaran yang bermanfaat.

Perguruan tinggi berlomba-lomba mendidik dan menghasilkan individu-individu berkompeten dan berkualitas. Begitu juga dengan Universitas Negeri Jakarta (UNJ) sebagai lembaga penghasil Sarjana dan Ahli Madya, Universitas Negeri Jakarta terus melakukan perbaikan dalam bidang kurikulum agar Praktikan memiliki pengetahuan, kemampuan dan keterampilan. Salah satunya dengan mengadakan program Praktik Kerja Lapangan (PKL).

Setiap mahasiswa tingkat akhir diwajibkan untuk mengembangkan diri baik yang bersifat teoritis maupun aplikatif. Sarana yang difasilitasi oleh Universitas Negeri Jakarta untuk mengembangkan diri bagi Praktikan

adalah Praktik Kerja Lapangan (PKL). Praktikan diberi kesempatan menerapkan ilmu sesuai program studi dan konsentrasi masing-masing ke dalam dunia kerja nyata. Bagi Praktikan program studi pendidikan, kegiatan PKL dilaksanakan dengan bobot 2 Sistem Kredit Semester (SKS).

Pelaksanaan PKL diharapkan dapat memberikan pengalaman bagi mahasiswa dalam ranah kognitif, afektif, dan psikomotor dalam dunia kerja yang sesungguhnya. Sehingga Praktikan mampu mengembangkan wawasan lingkungan kerja, sikap disiplin, dan keterampilan bekerja guna menjadi tenaga kerja berkualitas dan siap bersaing.

Pada dasarnya mahasiswa yang melaksanakan PKL disebut Praktikan. Sebagai mahasiswa Strata Satu (S1) pada konsentrasi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, PKL merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh Praktikan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan.

PKL dapat dilakukan selama 90-120 jam kerja efektif untuk bobot 2 SKS dengan minimal 8 jam kerja sehari. Syarat tersebut dapat dicapai dalam 20 hari kerja. PKL dapat dilakukan Praktikan pada bagian perusahaan yang berkaitan dengan program studi dan konsentrasi, baik Badan Usaha Milik Negara (BUMN) maupun perusahaan swasta.

Mahasiswa melakukan pengajuan permohonan PKL ke berbagai perusahaan dan instansi pemerintah. Praktikan diterima untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan di Bagian *Marketing Specialist Group of Retail Publishing* Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta.

Praktikan ditempatkan pada Bagian Product Specialist, Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta. Selama melaksanakan PKL, Praktikan harus mematuhi semua peraturan yang ada di perusahaan tersebut dan menyelesaikan semua pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan. Karena itu, Praktikan berusaha untuk melaksanakan setiap tugas yang diberikan selama melakukan praktik setiap instansi atau perusahaan dalam melakukan segala aktivitasnya tentunya menangani urusan mengenai marketing dan penjualan di perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan ini dapat dijadikan tempat PKL untuk mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga.

B. Maksud dan Tujuan

Universitas Negeri Jakarta, khususnya program studi S1 Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi memberikan program PKL sebagai upaya agar mahasiswa untuk beradaptasi dengan dunia kerja serta melihat secara nyata keadaan dunia kerja yang sesungguhnya untuk mencoba mengasah kemampuan dan keterampilan kerja para mahasiswanya.

Adapun maksud Praktikan melaksanakan PKL antara lain:

1. Untuk memperoleh pengetahuan dan wawasan terkait Tata Niaga dan Pemasaran di *Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia* (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta Untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai pengaplikasian ilmu yang didapat di bangku perkuliahan terhadap dunia kerja

2. Untuk meningkatkan keterampilan kerja dan kemampuan kerja yang Praktikan miliki tentang Tata Niaga dan Pemasaran di *Marketing Specialist Group of Retail Publishing* Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta

Sedangkan tujuan Praktikan melaksanakan kegiatan PKL adalah sebagai berikut: Untuk studi perbandingan antara ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan dengan keadaan kerja di lapangan sebenarnya

1. Untuk mengukur kemampuan penalaran dalam memahami, membahas dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi di lapangan
2. Untuk memperoleh pengalaman dalam melakukan kegiatan Tata Niaga dan Marketing dalam dunia kerja
3. Untuk memperoleh pengetahuan tentang pengelolaan Penjualan dan Marketing di *Marketing Specialist Group of Retail Publishing* Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta.

C. Kegunaan PKL

Praktik Kerja Lapangan ini memiliki segi kegunaan bagi pihak-pihak yang terkait dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan yaitu bagi Praktikan, Fakultas dan perusahaan tempat Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.

1. Bagi Praktikan

- a. Menambah pengetahuan tentang situasi dan kondisi di dunia kerja nyata

- b. Mengaplikasikan teori yang didapat selama perkuliahan ke dalam praktek dunia kerja
- c. Melatih dan mengembangkan potensi diri, kemandirian dan disiplin
- d. Meningkatkan kemampuan Praktikan dalam mengatasi kendala-kendala yang ada dalam dunia kerja

2. **Bagi Fakultas**

- a. Dapat menjalin kerja sama dengan Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta
- b. Untuk memperkenalkan jurusan Ekonomi dan Administrasi Universitas Negeri Jakarta kepada khalayak lebih luas
- c. Mendapatkan umpan balik berupa masukan untuk menyempurnakan kurikulum Perguruan Tinggi yang sesuai dengan kebutuhan di dunia kerja sehingga menghasilkan sumber daya manusia yang kompeten dan terampil
- d. Merupakan salah satu indikator penilaian kemampuan dan kompetensi mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan di dunia kerja.

3. **Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta**

- a. Memungkinkan terjalinnya hubungan yang teratur, sehat, dan dinamis antara instansi atau perusahaan dengan Perguruan Tinggi
- b. Membantu meringankan kegiatan operasional instansi dalam melaksanakan pekerjaan

- c. Realisasi dan adanya misi sebagai fungsi dan tanggung jawab sosial kelembagaan.

D. Tempat Praktik Kerja Lapangan

Praktikan melaksanakan PKL pada sebuah perusahaan. Berikut nama perusahaan beserta alamat lengkapnya:

Nama instansi : Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta

Alamat : Gedung Kompas Gramedia Jl. Palmerah Barat 29-37 Jakarta Pusat 10270

Telepon : 021 – 53650110 ext. 3650-3656

Faksimile : 021 - 53698045

Website : <http://www.kompasgramedia.com/>

Bagian tempat PKL : *Marketing Specialist Group of Retail Publishing* Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta

Alasan Praktikan memilih Kantor Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta sebagai tempat PKL adalah:

1. Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta merupakan Perusahaan yang bergerak dibidang media baik berupa surat kabar, majalah, buku maupun media masa elektronik lainnya sehingga dapat

menambah wawasan dan pengalaman mengenai dunia kerja bagi Praktikan.

2. Terdapat bagian dan sub bagian yang sesuai dengan Prodi Pendidikan Tata Niaga pada bagian Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta, sehingga Praktikan dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku perkuliahan

E. Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan

Waktu PKL dilaksanakan kurang lebih satu bulan, 160 jam efektif terhitung dari tanggal 12 Januari sampai dengan 6 Februari pada bagian Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta.

Adapun jadwal Praktik Kerja Lapangan (PKL) dibagi dalam empat tahap sebagai berikut:

1. Tahap Observasi Tempat PKL

Pada tahap ini Praktikan melakukan observasi awal ke instansi yang akan menjadi tempat PKL. Observasi mulai dilakukan dari bulan November 2014. Praktikan memastikan apakah instansi tersebut menerima mahasiswa PKL dan menanyakan syarat-syarat administrasi yang dibutuhkan untuk melamar kerja sebagai karyawan PKL. Pada tahap observasi ini Praktikan menghubungi melalui telepon ke HRD Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta.

2. Tahap Persiapan PKL

Dalam tahapan ini Praktikan mempersiapkan syarat-syarat pengantar dari Universitas Negeri Jakarta untuk ditunjukkan kepada instansi yang akan menjadi tempat Praktikan PKL.

Praktikan membuat surat pengantar permohonan izin PKL dari fakultas untuk selanjutnya di serahkan ke BAAK. Awal bulan November 2014 Praktikan mulai mengurus syarat administrasi yang menjadi persyaratan. Diantaranya yaitu Surat Permohonan Izin PKL dari Universitas Negeri Jakarta. Pada tanggal 18 November 2014 surat tersebut sudah selesai dibuat. Kemudian Praktikan memberikan Surat kepada HRD Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta. Pada hari yang sama Praktikan mendapatkan persetujuan untuk melakukan PKL dengan adanya surat persetujuan. Surat tersebut Praktikan berikan kepada Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga sebagai arsip dan tanda bukti bahwa instansi tempat Praktikan melamar PKL telah mengizinkan Praktikan melakukan PKL di tempat tersebut.

3. Tahap Pelaksanaan PKL

Jadwal waktu Praktikan melaksanakan PKL terhitung sejak tanggal 12 Januari sampai dengan 6 Februari 2015.

Kegiatan PKL rutin Praktikan lakukan dari hari Senin sampai hari Jumat dengan jadwal kerja sebagai berikut:

Tabel I.1 Jadwal Kerja Praktik Kerja Lapangan

Hari	Jam Kerja	Keterangan
Senin s.d Jumat	08.00 – 12.00 WIB	
	12.00 – 13.00 WIB	Istirahat
	13.00 – 17.00 WIB	

Sumber: Data diolah oleh Penulis

4. Tahap Penulisan Laporan PKL

Penulisan laporan PKL dilakukan setelah Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Data-data untuk penyusunan laporan PKL Praktikan kumpulkan dari komunikasi yang Praktikan lakukan dengan pembimbing di tempat PKL. Selain itu, praktikan juga melakukan studi kepustakaan dan pencarian data dengan melakukan *browsing* di internet.

Setelah semua data dan informasi yang dibutuhkan terkumpul, Praktikan segera membuat laporan PKL. Laporan PKL dibutuhkan Praktikan sebagai salah satu syarat kelulusan mahasiswa Pendidikan Tata Niaga.

Tabel. I.2 Jadwal Waktu PKL

Bulan Tahap	November	Desember	Januari	Februa	Maret	April	Mei
Observasi							
Persiapan							
Pelaksanaan							
Pelaporan							

Sumber: Data diolah oleh Penulis

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL

A. Sejarah Perusahaan

Kompas Gramedia sebagai salah satu perusahaan yang terkemuka di Indonesia memiliki peristiwa-peristiwa penting yang menjadi tonggak perjalanan perusahaan dari sejak berdiri sampai perkembangannya saat ini:

(1963) Terbitnya majalah bulanan Intisari pada tanggal 17 Agustus 1963 oleh Petrus Kanisius (PK) Ojong dan Jakob Oetama (JO), bersama J. Adisubrata dan Irawati SH. Majalah bulanan Intisari bertujuan memberikan bacaan untuk membuka cakrawala bagi masyarakat Indonesia. Pada saat itu, Intisari terbit dengan tampilan hitam putih, tanpa sampul, berukuran 14 x 17,5 cm. Dengan tebal 128 halaman, majalah ini mendapat sambutan baik dari pembaca dan mencapai oplah 11.000 eksemplar.

(1965) Hampir 3 tahun kemudian, tepatnya pada tanggal 28 Juni 1965, diterbitkan Surat Kabar KOMPAS, yang berawal dari ide menerbitkan koran untuk melawan pers komunis. Pada mulanya KOMPAS terbit sebagai surat kabar mingguan dengan 8 halaman, lalu terbit 4 kali seminggu, dan hanya dalam kurun waktu 2 tahun telah berkembang menjadi surat kabar harian nasional dengan oplah mencapai 30.650 eksemplar.

(1970) Melihat perkembangan usaha yang sangat baik dan dengan semangat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pembukaan lapangan kerja baru, PK Ojong mulai melakukan diversifikasi usaha. Pada tanggal 2 Februari 1970 didirikan Toko Buku Gramedia untuk memperkuat penyebaran produk dan menjual buku-buku yang berasal dari luar negeri. Sebagai langkah awal, dibuka sebuah toko kecil berukuran 25 m², di Jalan Gajah Mada, Jakarta Pusat.

(1971) Pada awalnya harian KOMPAS dicetak di percetakan PT Keng Po. Seiring perkembangan oplah yang semakin meningkat, dan agar dapat menjamin KOMPAS dapat terbit pagi hari, dipandang perlu memiliki usaha percetakan sendiri. Pada tahun 1971 perusahaan mendirikan Percetakan Gramedia di Jalan Palmerah Selatan, yang mulai beroperasi pada bulan Agustus 1972, dan diresmikan pada tanggal 25 November 1972 oleh Ali Sadikin, selaku Gubernur DKI Jakarta saat itu. Dalam perkembangannya, pada tahun 1997 dibangunlah sistem cetak jarak jauh (remote printing) sebagai terobosan baru teknologi percetakan untuk mempercepat distribusi koran harian KOMPAS di daerah. Sistem cetak jarak jauh yang pertama kali didirikan pada tahun 1997 di Bawen, dan dilanjutkan dengan kota-kota lainnya seperti Makasar (Oktober 1998), Surabaya (November 1999), Palembang (Juni 2001), Medan (Juni 2003), Banjarmasin (Agustus 2002), Bandung I (Februari 2006), Bandung II (Januari 2007), Bali (Maret 2009).

(1972) Hampir bersamaan dengan mulai beroperasinya Percetakan Gramedia, pada tahun yang sama didirikan unit bisnis Radio Sonora, berkedudukan di Jalan Gajah Mada, Jakarta Pusat. Radio Sonora didirikan oleh para pendiri Kompas Gramedia untuk memberikan layanan informasi bagi masyarakat melalui media elektronik, selain melalui media tertulis.

(1973) Untuk mengisi kekosongan bacaan khusus anak-anak, diterbitkanlah majalah anak-anak Bobo pada tanggal 14 April 1973. Sebelum majalah Bobo terbit, harian KOMPAS menerbitkan sisipan halaman khusus untuk anak-anak. Seiring dengan respon yang positif dari pembaca terhadap sisipan halaman khusus anak-anak di harian KOMPAS tersebut, perusahaan bekerja sama dengan penerbit majalah Bobo di Belanda, untuk menerbitkan majalah Bobo di Indonesia. Pada awalnya, majalah Bobo terdiri dari 16 halaman kertas koran, dengan oplah mencapai 50.000 eksemplar, dan menjadi majalah anak-anak pertama yang berwarna di Indonesia.

Usaha di bidang majalah ini kemudian semakin berkembang dan merambah ke segmen remaja, wanita, pria, otomotif, pengetahuan, teknologi dan umum, yang semuanya tergabung dalam unit bisnis Kelompok Majalah.

(1974) Pada tahun 1974 didirikan unit bisnis PT Gramedia Pustaka Utama (GPU) sebagai penerbit buku umum. Buku pertama yang diterbitkan adalah novel Karmila karya Marga T, yang sebelumnya merupakan cerita bersambung di Harian KOMPAS. Produk penerbitan

buku GPU mendapatkan respon yang positif di masyarakat, maka usaha penerbitan buku merambah ke berbagai segmen, seperti buku anak-anak, novel, buku resep makanan, buku nonfiksi seperti buku seri manajemen, budaya, filsafat, sains, buku perguruan tinggi, dan lain sebagainya.

(1985) Untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang terus semakin berkembang berkaitan dengan beragamnya jenis buku, pada 15 Januari 1985 didirikan unit usaha khusus untuk menerbitkan buku-buku elektronik, buku komputer, yang kemudian juga merambah ke buku-buku komik, yaitu PT Elexmedia Komputindo. Khusus untuk buku-buku ajar, khususnya untuk pendidikan dasar dan menengah, pada 20 September 1990 didirikan penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo), dan kemudian pada 1 Juni 1996 juga didirikan Kepustakaan Populer Gramedia (KPG), kemudian Penerbit Buku Kompas, yang antara lain mendaur ulang tulisan-tulisan yang pernah dimuat di harian KOMPAS.

(1976) Pada tahun 1976, Kompas Gramedia mendirikan unit bisnis PT Gramedia Film. Saat itu, selain menggarap film-film dokumenter, Gramedia Film juga membuat film cerita. Salah satu film cerita yang berprestasi adalah Suci Sang Primadona yang mendapat Piala Citra, penghargaan tertinggi perfilman Indonesia. Hanya saja Gramedia Film tidak berumur panjang, karena kalah bersaing dengan produksi film lainnya yang lebih mengutamakan konten hiburan.

(1981) Perusahaan juga melakukan diversifikasi usaha di luar core business dengan membangun unit bisnis perhotelan, yang dimulai dengan

didirikannya PT Grahawita Santika (PT GWS) pada tanggal 22 Agustus 1981. PT GWS pertama kali membeli Hotel Soeti di Jl. Sumatera, Bandung, yang kemudian di renovasi dan diganti menjadi Hotel Santika Bandung hingga saat ini. Usaha di bidang perhotelan berkembang sangat pesat dan Hotel Santika telah hadir di berbagai kota besar di Indonesia.

(1984) Kompas Gramedia kembali mengembangkan produk yang dimilikinya dengan menerbitkan rubrik BOLA pada tanggal 3 Maret 1984 sebagai sisipan harian KOMPAS setiap hari Jumat. Rubrik BOLA dicetak pertama kali sebanyak 412.000 eksemplar sesuai dengan oplah KOMPAS pada waktu itu, dan mendapat respon yang sangat baik dari para pembaca dan pemasang iklan. Atas gagasan Jakob Oetama, selaku Pemimpin Redaksi KOMPAS pada waktu itu, bahwa setiap rubrik KOMPAS yang digemari pembaca dapat dikembangkan menjadi terbitan tersendiri, maka 4 tahun kemudian tepatnya pada bulan April 1988, BOLA dilepas oleh KOMPAS untuk berdiri sendiri menjadi Tabloid BOLA. Keputusan tersebut diambil dengan mempertimbangkan pula kemampuan desk olahraga di KOMPAS yang dipandang sebagai salah satu desk yang kuat karena dukungan wartawannya, sehingga rubrik olahraga menjadi salah satu rubrik yang digemari pembacanya. Dalam perkembangannya, BOLA menambah bauran produk dalam bentuk buku dan majalah. Tidak hanya terpaku pada dunia olahraga, BOLA merambah juga ke bidang kesehatan, dengan diterbitkannya Tabloid SENIOR, dan kemudian berubah menjadi Tabloid Gaya Hidup Sehat.

(1987) Pada tahun 1987, Kompas Gramedia mengambil-alih kepemilikan perusahaan penerbitan harian Sriwijaya Post di Palembang. Pada masa itu ada himbauan dari Menteri Penerangan RI agar koran-koran besar membantu koran-koran daerah yang terhambat permasalahan SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers).

Maka pada akhir 1987 didirikan unit usaha Kelompok Pers Daerah (Persda) yang tugas awalnya adalah membantu koran-koran daerah yang membutuhkan pertolongan. Pada tahun 1988, Kompas Gramedia mengambil-alih perusahaan penerbitan koran Swadesi yang namanya diubah menjadi Serambi Indonesia di Banda Aceh. Tahun 1992, Kompas Gramedia mengambil-alih perusahaan penerbitan koran Pos Kupang, dan pada tahun 1994 mengambil-alih perusahaan penerbitan koran Banjarmasin Post. Pada perkembangan selanjutnya, Persda memperkuat bisnisnya dengan mendirikan sendiri koran daerah di hampir seluruh propinsi dengan brand Tribun.

(1988) Diversifikasi usaha kembali dilakukan oleh Kompas Gramedia dengan pendirian PT Graha Kerindo Utama (GKU) pada tahun 1988, sebagai perusahaan converting tissue berkualitas dengan brand Tessa dan Multi. Seiring persaingan yang semakin ketat, GKU menginginkan jaminan kesediaan pasokan bahan baku kertas agar produksi bisa stabil, maka didirikanlah pabrik pembuatan kertas tissue (paper mill). Pada tahun yang bersamaan dengan berdirinya GKU, Kompas Gramedia mengambil-alih surat kabar mingguan Surya, yang

didirikan oleh perusahaan penerbitan koran Pos Kota pada tahun 1986, dan kemudian diubah menjadi Harian Pagi Surya.

(1996) Dengan perkembangan perekonomian dan dunia bisnis di Indonesia, pada tahun 1996 Kompas Gramedia mendirikan PT. Grahanusa Mediatama yang menerbitkan Tabloid KONTAN, yang terbit pertama kali pada tanggal 27 September 1996. Untuk menjawab kebutuhan pembaca, diterbitkan pula pada Januari 2006 edisi khusus bulanan KONTAN dan pada tanggal 27 September 2007 diterbitkan harian bisnis dan investasi KONTAN.

(1998) Perjalanan bisnis Kompas Gramedia tiba pada perkembangan tren di masyarakat yang menunjukkan fenomena meningkatnya penggunaan jaringan internet untuk mendapatkan informasi, maka Harian KOMPAS membuat versi online dari harian KOMPAS cetak yang disebut Kompas Online dengan alamat <http://www.kompas.com>. Pada tahun 1998, Kompas Online berkembang menjadi unit bisnis tersendiri dibawah naungan PT Kompas Cyber Media (KCM). Saat ini Kompas Online diubah menjadi Kompas.com.

(1999) Pada tahun 1999, dengan tujuan memberikan informasi yang lebih khas bagi warga Jakarta dan sekitarnya (Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi), diterbitkanlah Harian Warta Kota, tepatnya pada tanggal 3 Mei 1999. Diawali dari koran 12 halaman, Warta Kota terbit setiap hari Senin sampai Sabtu. Dengan mempertimbangkan respon yang

baik dari para pembaca, pada tahun 2001 diterbitkan pula Warta Kota edisi hari Minggu.

(2000) Pengembangan bisnis Kompas Gramedia kembali dilakukan pada tahun 2000, dengan didirikannya PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh, tepatnya pada tanggal 22 Maret 2000, yang pada waktu itu dikenal dengan sebutan TV7. Pada perkembangannya TV7 resmi berubah nama menjadi Trans7 pada tanggal 15 Desember 2006 dengan masuknya PT Trans Corporation dalam kepemilikan saham.

(2005) Upaya diversifikasi kembali dilakukan pada tanggal 25 November 2005, dengan mendirikan Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang dikelola oleh Yayasan Media Informasi Kompas Gramedia. UMN merupakan sebuah lembaga perguruan tinggi dengan teknologi informasi dan komunikasi sebagai dasar dalam setiap proses belajar mengajar. Pada awalnya, sebagai tempat belajar mengajar, UMN menyewa gedung BNI46 Jl. Jend. Sudirman, Jakarta. Pada tahun 2009 UMN membangun gedung sendiri dan diresmikan pada tanggal 2 Desember 2009, bertempat di Gading Serpong, Summarecon, Tangerang.

(2009) Seiring dengan perkembangan teknologi dan situasi lingkungan bisnis di media, bisnis media cetak diarahkan untuk melakukan transformasi menuju era digital. Dengan demikian sosok media selanjutnya ditampilkan melalui multi media, multi channel, dan multiplatform (MMM). Maka pada awal tahun 2009 media televisi mulai dijajagi kembali. Kompas Gramedia Television (KOMPAS GRAMEDIA

TV) menjadi kendaraan perusahaan untuk menjalankan bisnis di televisi yang dimulai dengan pembentukan proyek KOMPAS GRAMEDIA TV pada awal Oktober 2009. Proyek ini memulai kegiatannya dengan membentuk KOMPAS GRAMEDIA Production yang diberi tugas untuk memproduksi program acara yang memberikan value added kepada pemirsa, sehingga program-program yang akan ditayangkan mengandung nilai-nilai kemanusiaan, nilai sosial dan pendidikan. Proyek KOMPAS GRAMEDIA TV sekaligus juga mempersiapkan terbentuknya KOMPAS GRAMEDIA TV Network, Kompas Channel, KOMPAS GRAMEDIA Vision, dan Kompas TV.

Visi dan Misi:

"Menjadi Perusahaan yang terbesar, terbaik, terpadu dan tersebar di Asia Tenggara melalui usaha berbasis pengetahuan yang menciptakan masyarakat terdidik, tercerahkan, menghargai kebhinekaan dan adil sejahtera."

KG Values:

Untuk mewujudkan Visi dan Misi Kompas Gramedia, dibutuhkan manusia KG yang memahami dan menghayati nilai-nilai luhur sebagaimana telah diwariskan oleh para pendiri, yakni :

Caring

- Humanisme/ kemanusiaan (menghargai manusia sesuai harkat & martabatnya), yang transendental (berdasarkan

keyakinan akan yang tertinggi, yang mengatasi segala sesuatu).

- Peduli pada sesama; compassion; membantu dengan tulus.
- Tanggungjawab sosial (CSR); cepat tanggap terhadap problem lingkungan kemasyarakatan.
- Memberikan kesempatan yang sama pada setiap orang tanpa membedakan golongan, ras, suku, gender, agama.
- Menghargai perbedaan budaya; adaptif; inkulturatif; cross-cultural.
- Management by walking around; saling menyapa; mengenal satu sama lain.
- Saling menghargai, saling memahami (toleransi).
- Peduli pada kesejahteraan karyawan; membina bawahan; delegasi, kaderisasi.

Simbol: Dua buah tangan saling terulur, saling membantu

Credible

- Integritas tinggi; jujur; satu kata dengan perbuatan (konsisten)
- Dapat dipercaya (reliable); dapat diandalkan (capable)
- Bertanggungjawab; menepati janji (komitmen); disiplin
- Berwatak baik; berniat baik; berpikir positif.
- Ber-etika bisnis bersih; transparan (keterbukaan)

- Berjalan sesuai regulasi (pemerintah, stakeholders, shareholders)
- Loyal; setia pada lembaga & profesi; dedikatif
- Fair (tidak curang)

Simbol: Satu pasang tangan bersatu dengan sikap menyembah, padmasana.

Competent

- Profesional, menguasai bidang profesinya
- Berorientasi pada kinerja dan hasil terbaik; get things done; bekerja tuntas
- Menggunakan sumber daya secara optimal (efisien dan efektif: work smart)
- Berwawasan luas
- Senantiasa mengembangkan diri; continuous learning
- Proaktif
- Mengambil keputusan dengan arif; pertimbangan matang
- Bekerjasama demi hasil terbaik bersama tim (sinergi; aliansi strategik; involving; teamwork)
- Trampil teknologi

Simbol: Sebelah tangan kanan menunjukan ibu jarinya, setuju, hebat.

Competitive

- Bersemangat kompetisi / bersaing secara smart; mencapai yang terbaik
 - Kreatif, inovatif
 - Percaya diri, berani memimpin/merintis/memulai
 - Berani ambil risiko, speed, akseleratif
 - Open minded, terbuka terhadap kritik, perbaikan dan perubahan.
 - Tidak puas dengan kondisi saat ini, ingin berubah menjadi lebih baik
 - Mengelola jejaring /networking yang semakin world wide
- Simbol: Sebelah tangan kanan mengepal, siap bertanding.

Customer Delight

- Berorientasi pada penyediaan layanan & produk berkualitas sesuai kebutuhan pelanggan.
- Mempelajari kecenderungan dinamika kebutuhan pelanggan; fleksibilitas demi pelanggan
- Menangani keluhan dan problem pelanggan secara profesional
- Memahami/ mengantisipasi kebutuhan pelanggan (customer care) sebelum meminta
- Mengupayakan pelanggan semakin terdidik dan tercerahkan

- Menyenangkan pelanggan berdasarkan mentalitas berkelimpahan (aspek dua arah)

Simbol: Dua buah tangan bersalaman erat, win-win, sama sama senang.

Secara keseluruhan, KG Values terdiri dari dua komponen, yang bisa digambarkan dengan sebuah pohon kehidupan:

Character: Watak baik, yang peduli dan dapat dipercaya/diandalkan; adalah bagian pohon sebelah bawah (akar, pondasi yang menentukan berdirinya sebuah pohon).

Competency: Profesionalisme, kompetitif dan menyenangkan pelanggan; adalah bagian pohon sebelah atas (batang, daun dan bunga/buah, hasil baik yang tampak dipermukaan, disebabkan oleh keberadaan karakter yang positif).

Logogram



Gambar II.1 Logogram pada *corporate identity* Kompas Gramedia.

Sumber: <http://www.kompasgramedia.com/>

Logogram pada corporate identity Kompas Gramedia mempergunakan simbol lingkaran yang melambangkan bola dunia dengan huruf KG sebagai inisial dari ‘Kompas Gramedia’.

Desain initial KG yang menyelimuti lingkaran tersebut merepresentasikan jalur informasi yang mencapai berbagai belahan dunia melalui berbagai media (multimedia).

Initial KG sendiri didesain secara khusus untuk memberikan unsur dinamisme dari perusahaan, dan menggambarkan pergerakan arus informasi yang cepat.

Typography



Gambar II.2 Typography pada *corporate identity* Kompas Gramedia.

Sumber: <http://www.kompasgramedia.com/>

Font pada logo Kompas Gramedia menggunakan ‘PoynterOSdisplay – semibold’ yang juga memiliki karakter yang dinamis, namun tetap ‘strong/solid’, dan mampu menampilkan unsur profesionalisme yang modern.

Huruf awal pada kata “Kompas” dan “Gramedia” yang sedikit diperbesar juga didesain untuk membantu mempersiapkan pengenalan identitas korporat ke depannya sebagai “KG”

B. Struktur Organisasi



Gambar II.3 Board of Director Kompas Gramedia.

Sumber: <http://www.kompasgramedia.com/>

NAME	TITLE
St. Sularto	Deputy Publisher II Kompas
Rikard Bagun	Editor in Chief Kompas
Lukas Widjaja	Director of Jasatama/ Director of Kontan
Ign Hardanto Subagyo	Business Director Kompas/ Corporate Advertising Director
Herman Darmo	Regional Newspaper Group Director
Lilik Oetama	Hotel & Resort Group Director / Vice CEO

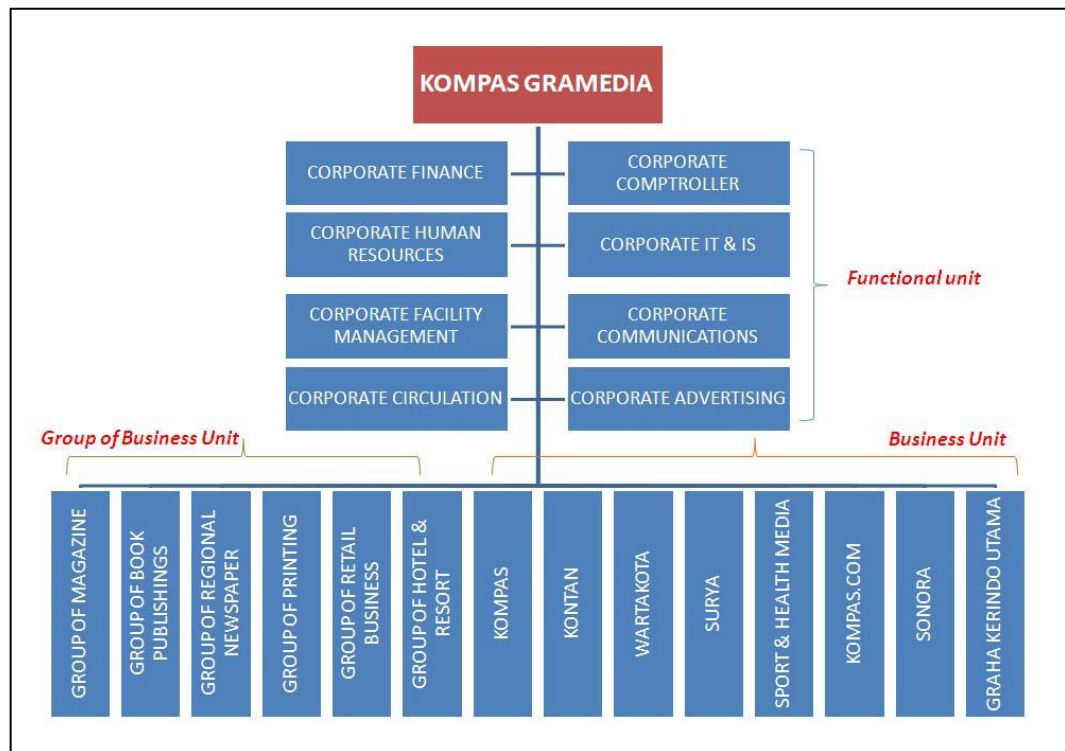
Paiyan Situmorang	Director of Sport & Health Media
Y. Priyo Utomo	Book Publishing Group Director
Hari Wardjono	Printing Group Director
Taufik H. Mihardja	Director of Kompas.com
Elwin Siregar	Magazine Group Director
Y. Priyo Utomo	Retail Business Group Director
Harris Sitorus	Director of Graha Kerindo Utama
Yohanes Yudistira	Director of Sonora
Dedy Pristiwanto	Director of Warta Kota/ Corporate Circulation Director
Bimo Setiawan	Director of KG TV
Stella D. Ayu Widianingsih	Director of Transito Adimanjati
Ninok Leksono	Rector UMN
Johanes Prajitno	Executive Rector of UMN

Tabel II.1 Board of Director Kompas Gramedia.

Sumber: <http://www.kompasgramedia.com/>

Business Unit

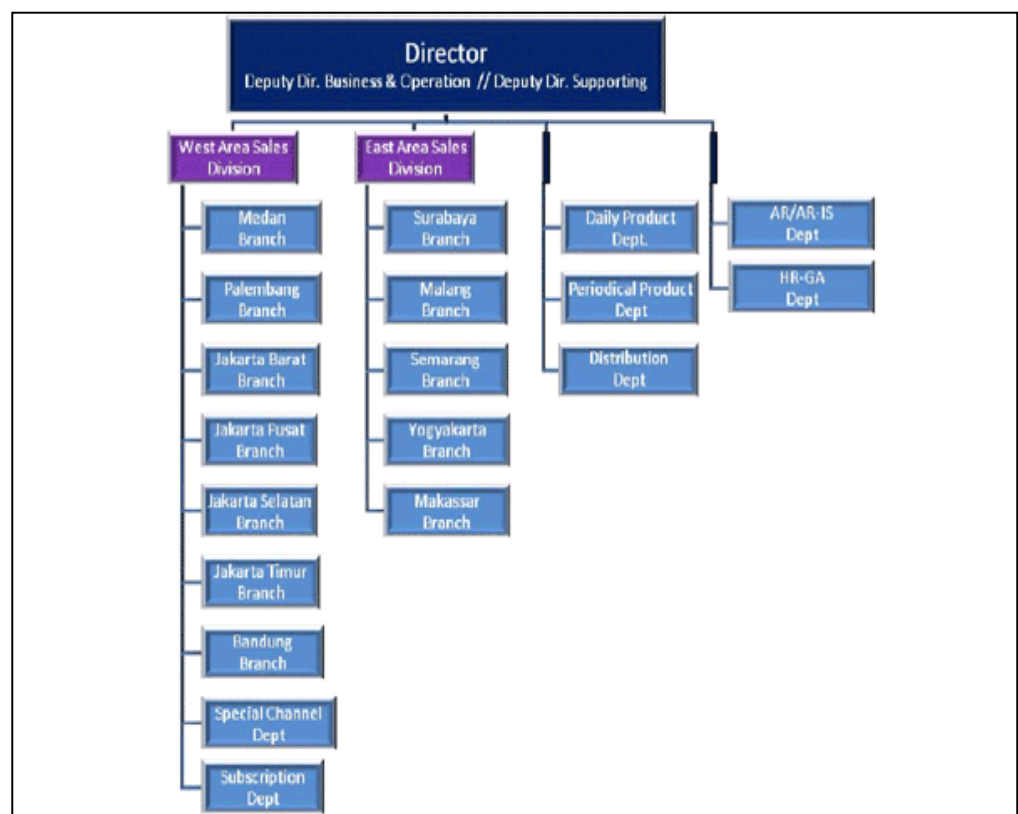
Gambar II.4 Business Unit Kompas Gramedia.



Sumber: <http://www.kompasgramedia.com/>

Struktur Organisasi

Gambar II.5 Business Unit Kompas Gramedia.



Sumber: <http://www.kompasgramedia.com/>

C. Kegiatan Umum Perusahaan

Business Unit dalam kegiatan umum perusahaan yang ada di Kompas Gramedia diantaranya adalah sebagai berikut:

Corporate Advertising

Corporate Advertising adalah unit yang bertanggung jawab untuk pengembangan pasar iklan, pengembangan produk/paket iklan, dengan membuat paket dari proposal iklan terpadu (*Integrated Marketing Communication*) untuk mengoptimalkan semua saluran yang dimiliki *group* Kompas Gramedia. Termasuk memberikan layanan purna jual yang terbaik khususnya bagi top 12 agensi yang memiliki billing iklan terbesar di *group* Kompas Gramedia. Dan itu semua dilakukan melalui sinergi dengan semua jaringan yang dimiliki *group* Kompas Gramedia. Tentu saja tujuan akhirnya jelas, meningkatkan *revenue* bagi *group* Kompas Gramedia.

Bisnis media bergerak ke arah sinergi. Diantara *group* media yang ada Indonesia, *group* Kompas Gramedia memiliki keragaman dan jaringan yang bisa disamakan dengan *News Corporation* di luar negeri. Tentu saja suatu kekuatan luar biasa bagi *group* Kompas Gramedia.

Saat ini *group* Kompas Gramedia memiliki media yang terdiri dari surat kabar nasional (2), surat kabar jaringan pers daerah (16), majalah dan tabloid (46), radio (Jaringan Sonora di 9 kota dan Motion Radio), online (Kompas.com & versi online dari beberapa media cetak), toko buku (96 toko buku Gramedia di 25 kota), percetakan (10 percetakan di seluruh Indonesia), hotel (17 jaringan hotel Santika & Amaris), pabrik tissue Tessa (GKU) dan *event organizer* (Dyandra & Radyatama) (sumber: CA Corporate Kit 2009) *Corporate advertising*, cikal bakal sinergi di unit

iklan Bukanlah hal yang mustahil, dengan kekuatan jaringan media yang dimiliki KG, tentu saja masih terbuka lebar peluang untuk mengangkat pendapatan iklan media lain di bawah bendera group Kompas Gramedia. Peran *Corporate advertising* lah untuk melakukan integrasi semua kekuatan yang dimiliki oleh *group* Kompas Gramedia baik itu unit bisnis media atau unit bisnis lain dengan melakukan *cross selling* dan program komunikasi pemasaran yang terpadu (*Integrated Marketing Communication*).

Kondisi eksternal saat ini selalu bergerak atas nama korporasi tentu saja menyadarkan *group* Kompas Gramedia untuk merapatkan barisan khususnya di unit iklan. Diperlukan strategi yang cukup cerdas untuk mengantisipasi kondisi persaingan saat ini. Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan dalam jangka panjang adalah tuntutan bagi unit iklan bukan hanya menciptakan paket iklan yang kreatif tetapi juga mengoptimalkan penggunaan bauran media (*media mix*). Jadi bukan hal mustahil jika nantinya paket-paket iklan ada yang melibatkan toko buku Gramedia, Hotel Santika atau bahkan Graha Kerindo Utama dengan Tissue Tessanya. *Corporate advertising* juga bertanggung jawab untuk menciptakan pasar yang baru bukan hanya menempel pada pasar yang sudah ada sebelumnya. Selain itu, *Corporate advertising* harus mampu menerjemahkan kebutuhan pengiklan untuk melakukan aktivitas promosi bukan hanya di media konvensional seperti di print, tetapi juga melakukan aktivasi merek (*brand activation*) bagi pengiklan. Sekali lagi, *group*

Kompas Gramedia memiliki unit bisnis yang beragam dan jaringan yang kuat memungkinkan ini semua terwujud.

Corporate Circulation

PT. Sirkulasi Kompas Gramedia (SKG) adalah salah satu dari sekian banyak anak perusahaan di bawah naungan kelompok usaha media terbesar di Indonesia, Kompas Gramedia. SKG yang mulai beroperasi tanggal 1 Januari 2009 merupakan hasil penggabungan seluruh Departemen Sirkulasi/Distribusi media di Kompas Gramedia. Unit usaha ini dibentuk sejalan dengan visi jangka panjang KG dalam memenangkan persaingan yang semakin ketat dan keras di masa mendatang. Persaingan di era sekarang mengarah ke persaingan antar *group* perusahaan dimana yang bertanding di pasar adalah kekuatan bersama-sama dari produk-produk yang tergabung dalam masing-masing *group* perusahaan induknya. KG yang mempunyai kekuatan *range product* yang sangat luas serta berpengalaman mengelola jaringan distribusi media cetak tentu harus bisa memanfaatkan modal ini dengan optimal.

SKG menangani operasional penjualan melalui kegiatan sirkulasi dan distribusi seluruh media yang berjumlah lebih dari 70 merek surat kabar harian, tabloid maupun majalah baik mingguan maupun bulanan. Sebagian besar media yang ditangani adalah *market leader* di segmen masing-masing, diantaranya Harian Kompas, Warta Kota, tabloid

Bola, Nova, Otomotif, majalah Bobo, Intisari, Autobild, National Geographic Indonesia dan masih banyak lagi.

Sebagai salah satu tulang punggung dari usaha media cetak di Kompas Gramedia, kunci sukses SKG adalah terwujudnya *operation excellence* dengan memanfaatkan sinergi antar fungsi untuk mewujudkan efektifitas operasional sekaligus menciptakan efisiensi dalam penggunaan sumberdaya. Dengan visi menjadi distributor media cetak dengan jaringan terbesar di Indonesia untuk mewujudkan kepuasan pelanggan, prinsipal dan karyawan secara efisien dan efektif, SKG mengandalkan pada sistem informasi dan sistem operasi yang terintegrasi setara dengan perusahaan media kelas dunia.

Wilayah operasi SKG meliputi seluruh wilayah Indonesia, dengan 14 Kantor Cabang (*Branch Office*), 5 Kantor Penjualan (*Sales Office*) dan jumlah karyawan organik 300 orang dan dibantu tenaga non organik lebih dari 500 orang. SKG menangani penjualan melalui jaringan distribusi keagenan konvensional maupun modern channel yang berjumlah lebih dari 4000 agen, serta melayani penanganan pelanggan langsung (*direct subscription*).

Corporate Communication

Direktorat ini dibentuk dengan misi membangun, memelihara dan mengembangkan citra positif perusahaan berbasis pengetahuan terkemuka di Asia Tenggara, baik internal maupun eksternal melalui kegiatan

komunikasi, tanggung jawab sosial perusahaan dan pengembangan komunitas masyarakat di lingkungan perusahaan, serta kegiatan seni dan budaya.

Berbagai aktivitas seni budaya berada di bawah pengelolaan Bentara Budaya (Jakarta, Jogja, Solo, dan Bali), dan ditampilkan secara rutin dalam bentuk pengelolaan dan pameran koleksi benda-benda seni, serta kegiatan-kegiatan yang bertujuan memperkaya apresiasi masyarakat terhadap seni budaya bangsa.

Corporate Facility Management

Corporate Facility Management berperan menjadi unit fungsional yang mampu mendukung daya saing Kompas Gramedia di pasar global melalui penyelenggaraan *facility management* yang berkualitas dan efisien.

Di dalam *Corporate Facility Management* terbagi dalam :

1. General Affair Division

- *Security Department*
- *Fleed Department*
- *Engineering Department*
- *General Services Department*
- *Area Facility Services Department*

2. Land & Building Division

3. Logistic Division

- *Inventory Department*
- *Purchasing Department*

Corporate Finance

Corporate Finance berperan menjadi pengendali *cash budget* dan pengelola keuangan yang handal dan terpercaya bagi korporat & unit bisnis agar mampu bersaing di pasar global dan memberikan nilai tambah bagi *stakeholders* melalui sistem pengelolaan keuangan yang terintegrasi, pendayagunaan asset secara optimum dan kepastian keabsahan hukum.

Corporate Human Resources

Corporate Human Resources (CHR) adalah functional unit yang menjadi strategic business partner bagi Corporate dan Business Unit Kompas Gramedia dalam mewujudkan organisasi yang efektif dan sumber daya manusia (SDM) handal yang mampu bersaing di pasar global. CHR memiliki sistem pengelolaan SDM yang mendorong peningkatan produktivitas dan menciptakan iklim / budaya kerja kondusif, dalam rangka merespon dinamika perkembangan usaha *Corporate dan Business Unit* Kompas Gramedia.

Fungsi CHR adalah membuat perencanaan SDM, membakukan dan mengembangkan sistem SDM, dan memfasilitasi serta memberikan

konsultasi masalah SDM kepada bagian HR di seluruh *Business Unit* Kompas Gramedia. Dalam menjalankan fungsi tersebut, *Corporate Human Resources* dibagi menjadi 6 departemen, dengan fungsi masing-masing sebagai berikut :

1. *Learning & Development Department* Mengembangkan, mengelola dan mengarahkan seluruh kegiatan di bidang pelatihan dan pengembangan agar sasaran pelatihan dan pengembangan karyawan Kompas Gramedia terpenuhi.
2. *Organizational Development & Talent Management* Mengembangkan, mengelola, mengarahkan dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan sehubungan dengan pengembangan organisasi dan karyawan agar sesuai dengan rencana strategis Kompas Gramedia.
3. *Legal & Industrial Relations Department* Mengembangkan, mengelola, mengarahkan dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan sehubungan dengan hubungan industrial untuk mencapai kondisi perusahaan yang kondusif dan benar secara hukum.
4. *Compensation & Benefit Department* Mengembangkan dan mengelola seluruh kegiatan sehubungan dengan *compensation & benefit* untuk karyawan Kompas Gramedia, seperti kesehatan, pinjaman perumahan, pinjaman kendaraan bermotor, jamsostek, dan beasiswa.
5. *Human Resources Information System Department* Membangun dan mengembangkan sistem informasi HR, serta memelihara, mengawasi

dan bertanggung jawab atas penggunaan dan efektivitas sistem informasi Kompas Gramedia.

6. *Functional Unit Human Resources* Merencanakan dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan sehubungan dengan pengembangan organisasi, rekrutmen, pengembangan, pemeliharaan sumber daya manusia dalam lingkup functional unit Kompas Gramedia (*Corporate HR, Corporate Finance, Corporate Comptroller, Corporate Facility Management, Corporate IT, Corporate Communications, Corporate Advertisement, Business Process Management*) sesuai dengan falsafah, rencana strategis perusahaan dan perundang-undangan yang berlaku.

Corporate IT & IS

- Menjadi penyedia dan pengelola sumber daya Teknologi Informasi yang bersifat Korporat dan lintas unit usaha
- Menjadi technology partner bagi unit usaha , sebagai konsultan Teknologi Informasi maupun counterpart dalam hubungan unit usaha dengan pihak eksternal
- Menjadi mitra dan bagian TI dari unit usaha yang membutuhkan dengan memperhatikan batasan-batasan yang disepakati

- Mendorong berdirinya MIS dept di unit usaha sebagai mitra dalam pengembangan dan pemanfaatan Sistem Informasi unit yang bersangkutan.
- Melakukan pengembangan Hardware dan Software berbasis project management untuk mengantisipasi dinamika perkembangan bisnis perusahaan
- Melakukan riset dan pengembangan Teknologi Informasi yang berorientasi kebutuhan perusahaan
- Memastikan semua data bisnis dan keuangan yang dikelola Divisi TI dipergunakan oleh yang berkepentingan sesuai dengan hak dan trustee yang sudah ditetapkan

Bagian yang ada di dalam *Corporate IT & IS*

1. Pengembangan dan Pemeliharaan Perangkat Lunak
2. QA & Bisnis Analis
3. Infrastruktur

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja

Selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta yang berlokasi di Gedung Kompas Gramedia Jl. Palmerah Barat 29-37 Jakarta Pusat, Praktikan ditempatkan pada bagian *Product Specialist, Marketing Specialist Group of Retail Publishing* Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Jakarta.

Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) mempunyai mempunyai peranan yang penting dalam aktivitas perusahaan. Yang merupakan proses kegiatan yang menghubungkan antara produsen dengan konsumen sebagai pemakai produk atau pemesan produk. Dengan memberikan perhatian yang maksimal terhadap Tugas *Marketing* dan kepuasan kepada perusahaan dan konsumen maka akan bisa tercapai dengan optimal dan maksimal. *Marketing* atau pemasaran di Kompas Gramedia tidak dapat dikatakan sebagai penjualan karena penjualan merupakan bagian dari marketing. Jadi marketing mempunyai cakupan yang lebih luas dari penjualan. dan mengadakan atau membuat event, inovasi dengan strategi promosi serta kegiatan resmi lainnya.

Namun secara spesifik, fungsi *Marketing* pada Kompas Gramedia yaitu sebagai berikut :

1. Peran sebagai promosi : sebagai bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk dan event terkait produk yang dibuat oleh perusahaan.
2. Peran sebagai sales : pemasaran yang bertugas menghasilkan pendapatan bagi perusahaan dengan cara menjual produk perusahaan namun pada Kompas Gramedia kita lebih melatih sales toko yang kita briefing setiap minggunya di kantor Kompas Gramedia pusat..
3. Peran dalam konsep komunikasi pemasaran : organisasi pemasaran berperan dalam menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat serta menjembatani antara perusahaan dan lingkungan eksternal.²
4. Peran dalam bidang pengembangan dan riset : pemasar memiliki tugas untuk menyerap informasi dan menyampaikan kepada perusahaan tentang segala sesuatu yang bermanfaat untuk meningkatkan kualitas dan penjualan produk.
5. Membuat strategi pemasaran di Kompas Gramedia menyeleksi beberapa target pasar, mengembangkan dan memelihara bauran pemasaran yang akan menghasilkan kepuasan bersama dengan pasar yang dituju. Strategi pemasaran yang dituju adalah mengelompokkan segmen-segmen pasar yang akan dilayani, dimana perusahaan dapat menentukan satu atau lebih segmen

² Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller. , Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2002.

sebagai sasaran pemasaran. Sedangkan bauran pemasaran mencakup pada strategi produk (*product*), distribusi promosi (*promotion*), penentuan harga (*price*) dan tempat (*place*) di mana yang akan dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling memuaskan dengan pasar yang ditujukan.

Praktikan melakukan pekerjaan yang sifatnya membantu kegiatan operasional *Sub Product Specialist bagian Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia* (PT. Gramedia Asri Media). Jenis pekerjaan yang dilakukan diantaranya berkaitan dengan penginputan data dan Peran sebagai promosi sebagai bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk dan event terkait produk yang dibuat oleh perusahaan Kompas Gramedia serta memberikan pengarahan kepada setiap sales toko terkait event baru yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin.

Adapun bidang pekerjaan yang Praktikan lakukan meliputi:

1. Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. Gramedia Funtastic Comic adalah Program Komik berskala nasional yang diselenggarakan oleh Gramedia Publishers dengan total hadiah mencapai ratusan juta rupiah. Mulai dari Paket Komik hingga Paket Tur ke Jepang Periode: September - 31 Desember 2014. Lokasi Seluruh TB Gramedia, Showroom, Seluruh ECC,

Rumah Buku, Bookmart, Modern Outlet Pilihan, Paperclip Pilihan, dan Agen Toko Buku Pilihan.

2. Peran sebagai promosi sebagai bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk dan event terkait produk yang dibuat oleh Kompas Gramedia
3. Memberikan pengarahan kepada setiap sales toko terkait event baru yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin yang diadakan tiap hari Kamis.

B. Pelaksanaan Pekerjaan

Selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan, Praktikan berusaha menyelesaikan semua tugas yang diberikan dengan maksimal dan tepat waktu. Untuk dapat menyelesaikan tugas yang diberikan, Praktikan dibimbing oleh *staff Sub Product Specialist bagian Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media)* sehingga Praktikan dapat memahami bidang pekerjaan yang dilakukan.

Adapun langkah-langkah pelaksanaan kerja yang Praktikan lakukan diantaranya sebagai berikut:

1. Melakukan Menginput data undian Gramedia Fantastik Comic.

Setiap kupon undian yang masuk ke dalam *Sub Product Specialist* yang telah dikumpulkan dari tiap toko di seluruh Indonesia yang akan

diundi harus dicatat kedalam data base penginputan data dan biodata pelanggan.

Format data base penginputan data kupon undian adalah sebagai berikut:

FORM INPUT KUPON							
TB. CARREFOUR ARMADA MAGELANG							
ALAMAT : MAGELANG							
KODE TOKO	NAMA	NO KTP	TGL LAHIR	NO HP	EMAIL	KGVC	SARAN
TB. CARREFOUR	GIOVANNI CHRISTIAN	3309055908930000	28/12/1997	081328848396	gerrydjee	N	Saran...
TB. CARREFOUR	GIOVANNI CHRISTIAN	3309055908930000	28/12/1997	081328848396	gerrydjee	N	Saran...
TB. CARREFOUR	WULAN DEWI FS	10029	28/12/1997	081328848396		N	Saran...
TB. CARREFOUR	WULAN DEWI FS	10030	29/12/1997	081328848396		N	Saran...

NO KUPON	NO TELP	ALAMAT	KOTA	KODE POS	TGL INPUT
0327101	0	TRUNTUM 1 NO.49 TLOGOSARI	SEMARANG	57311	15/01/2015
0327102	0	TRUNTUM 1 NO.49 TLOGOSARI	SEMARANG	57311	15/01/2015
0327001		KAMAL RT.4/5 PAGERSARI MUNGKID	MAGELANG	56551	15/01/2015
0327002		KAMAL RT.4/5 PAGERSARI MUNGKID	MAGELANG	56551	15/01/2015

Gambar III.1 Format data base penginputan data kupon undian.

Sumber: Data diolah oleh penulis

Adapun langkah-langkah dalam melakukan penginputan data kupon undian dan biodata pelanggan adalah sebagai berikut:

- Praktikan menerima kupon undian yang diberikan.
- Sebelum memulai penginputan hal pertama yang dilakukan adalah melihat memo asal kota dan kode toko yang terlampir pada surat tersebut karena semua informasi terdapat pada lembar disposisi tersebut.

- c. Selanjutnya Praktikan menginput data yang ada dari kupon sesuai dengan toko dan kode wilayah.
- d. Setelah itu, Praktikan menuliskan tanggal kupon diterima dan tanggal yang tertera sesuai kupon yang diinput.
- f. Selanjutnya, Praktikan menginput data yang sesuai dengan kupon.

2. Memberikan pengarahan kepada setiap sales toko

Memberikan pengarahan kepada setiap sales toko terkait event baru yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin yang diadakan tiap hari Kamis.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam mendistribusikan surat adalah sebagai berikut:

- a. Praktikan menerima dan mempelajari bahan terkait event yang akan didistribusikan nantinya.
- b. Praktikan membahasnya dengan pembimbing terkait event yang akan dijalankan.
- c. Selanjutnya, Praktikan dan staff marketing mempersiapkan bahan presentasi.
- d. Kemudian Praktikan dan staff marketing lainnya memberikan pengarahan kepada setiap sales toko terkait event baru yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin yang diadakan tiap hari Kamis.

PEMESAN
 Divisi - Departemen: Product Specialist – Marketing
 Bagian: Modern Store / B2B Channel / School Channel / Luar Kota
 Nama: Dika

JUDUL: BELI 2 GRATIS 1

1	JENIS MATERI PROMO Wobbler	ISI/MATERI DESAIN Desain yang berkaitan dengan komik elex, m&c, atau LC Tagline: BELI 2 , GRATIS 1 *Selama persediaan masih ada (tidak ada logo Gramedia)		
	UKURAN	KUANTITAS 100	BENTUK OUTPUT (hapus salah satu) - Fisik (Cetak/Print/dll.)	DEADLINE Segera
2	JENIS MATERI PROMO	ISI/MATERI DESAIN		
	UKURAN	KUANTITAS	BENTUK OUTPUT (hapus salah satu) - Digital - Fisik (Cetak/Print/dll.)	DEADLINE
3	JENIS MATERI PROMO	ISI/MATERI DESAIN		
	UKURAN	KUANTITAS	BENTUK OUTPUT (hapus salah satu) - Digital - Fisik (Cetak/Print/dll.)	DEADLINE
KETERANGAN TAMBAHAN Hasil cetakan kirim ke Palbar Lantai 3 (Prolist)				
Beban Biaya:			UNTUK MENGURANGI KESALAHAN MOHON MELAMPIRKAN DETAIL YANG DIBUTUHKAN (mis. foto, gambar, detail ukuran, dll.)	

Mengetahui

(Wihartono)

Gambar III.2 Format Pemesanan dan Promosi Kompas Gramedia.

Sumber : Data diolah oleh penulis.

- Peran sebagai promosi sebagai bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk dan event terkait produk yang dibuat

oleh Kompas Gramedia. Misalkan event ulang tahun Kompas Gramedia dan promosi terkait buku ataupun launching buku ataupun produk baru dari Kompas Gramedia.

C. Kendala yang Dihadapi

Selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, Praktikan berusaha agar pekerjaan yang dilakukan dapat selesai dengan hasil yang maksimal dan tepat waktu. Namun dalam pelaksanaannya tidak semua pekerjaan dapat diselesaikan dengan sempurna. Beberapa kendala yang dihadapi Praktikan diantaranya:

1. Sarana dan prasarana yang terbatas untuk mahasiswa Praktik Kerja Lapangan seperti komputer dan meja serta ruangan yang terbatas untuk mahasiswa PKL.
2. Masih banyaknya data dalam penginputan data kupon yang memiliki asal data kupon yang tidak jelas sehingga membuat tidak jelasnya asal data terkait asal toko dan domisili wilayah kupon berasal.
3. Dalam menyelesaikan pekerjaan dengan adanya tenggang waktu atau *deadline* terasa seperti menjadi momok yang bisa membuat praktikan menjadi frustrasi. Sebenarnya tenggang waktu itu dibuat bukan untuk membuat Praktikan menjadi sulit, akan tetapi hal itu dilakukan guna membuat pekerjaan Praktikan lebih terorganisir lagi. Dan jika kita menghadapi hal tersebut dengan suasana hati yang tenang, maka

pekerjaan Praktikan akan terselesaikan dengan baik serta hasil yang baik pula.³

D. Cara Mengatasi Kendala

1. Sarana dan prasarana yang terbatas untuk mahasiswa Praktik Kerja Lapangan seperti komputer.

Praktikan menyadari sepenuhnya bahwa semua jenis pekerjaan, terlebih pekerjaan memerlukan sarana untuk melaksanakan tugasnya dengan lancar dan nyaman.

The Liang Gie mengatakan bahwa: “Setiap meja di kantor perlu dilengkapi dengan macam-macam perlengkapan untuk pelaksanaan tata usaha dengan sebaik-baiknya”⁴. Sebuah instansi yang menyediakan perlengkapan atau sarana penyimpanan dengan baik pasti akan memudahkan karyawan untuk melakukan manajemen pekerjaan dengan baik dan efektif dan lancar.

Berdasarkan teori di atas, dapat diketahui bahwa kegiatan dalam dunia kerja, dan pasti membutuhkan peralatan dan perlengkapan yang lengkap. Terlebih dalam tahap penyimpanan berkas/arsip dan database. Pada tahap ini peralatan dan perlengkapan sangat dibutuhkan untuk menunjang pekerjaan agar hasil yang didapatkan baik.

³ Tips Karir.com, “Prinsip dan Cara Melakukan Perencanaan SDM”, diakses dari <http://tipskarir.com/5-tips-tepat-menghadapi-deadline/>, diakses pada tanggal 30 April 2015 pukul 09.31

⁴ The Liang Gie, *Administrasi Perkantoran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2007), hal. 222

Dari pemaparan teori tersebut maka dapat diketahui bahwa perlengkapan atau sarana prasarana terkait penyimpanan database sangat penting untuk pelaksanaan kegiatan pekerjaan dengan sebaik-baiknya. Namun pada *Marketing Specialist Group of Retail Publishing* Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) hal tersebut belum terpenuhi dengan baik, namun dalam permasalahan kali ini praktikan mengatasinya menggunakan laptop milik praktikum sendiri untuk melaksanakan kegiatan operasional sehari-hari.

2. Mengatasi kendala masih banyaknya data dalam penginputan data kupon yang memiliki asal data kupon yang tidak jelas sehingga membuat tidak jelasnya asal data terkait asal toko dan domisili wilayah kupon berasal.

Praktikan menyadari bahwa semua yang tersusun dengan rapi dan sistematis dapat mempermudah dan mempercepat seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya, termasuk dalam hal kegiatan penyusunan data pelanggan yang salah satunya adalah kegiatan pengarsipan data di sebuah perusahaan.

Menurut The Liang Gie pengertian arsip adalah:

”Arsip adalah kumpulan warkat yang disimpan secara teratur, berencana, karena mempunyai suatu kegunaan agar setiap kali diperlukan dapat cepat ditemukan kembali”⁵.

Sejalan dengan hal tersebut Zulkifli AM menyatakan bahwa penataan data dan arsip yang benar niscaya mempercepat penemuan kembali.⁶ Namun pada kenyataanya kegiatan kearsipan dalam suatu instansi tidak semudah yang dibayangkan.

Untuk mengatasi masalah-masalah tersebut di atas maka perlulah dipelajari, diatur, dan diperkembangkan pedoman-pedoman yang dikemukakan oleh The Liang Gie mengenai :

1. Sistem penyimpanan data yang tepat bagi masing-masing instansi
2. Tata kerja penyimpanan dan pemakaian data.

Dari teori di atas, Praktikan menyadari bahwa kendala yang dihadapi pada penginputan data dikarenakan hal yang disebutkan The Liang Gie yaitu Sistem penyimpanan data. Sistem penyimpanan warkat dapat mempengaruhi efektifitas dan efisiensi dalam mencari dan menemukan kembali arsip data pelanggan yang diinginkan.

Namun pada permasalahan penginputan data di Sub Product Specialist bagian *Marketing Specialist Group of Retail Publishing* Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media). Praktikan sesuai

⁵ The Liang Gie, *op. cit.*, hal 25

⁶ Zulkifli AM, *Manajemen Kearsipan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal.8

dengan arahan pembimbing membuat satu folder baru terkait data pelanggan yang tidak memiliki kode wilayah ataupun toko pembelian produk berasal dari kupon undian menjadi satu arsip database pelanggan tersendiri.

3. Solusi dalam menghadapi *deadline* atau tenggang waktu dengan baik, yaitu sebagai berikut:

Solusi yang dapat dilakukan Praktikan dalam menghadapi *Deadline* diantaranya

- a. Buat *reminder*

Terkadang, beberapa tugas yang berbeda akan dihadapkan pada serangkaian tugas dengan tenggang waktu atau *deadline* yang pada nyatanya masih lama. Agar kita tidak lupa akan tugas yang harus kita selesaikan ini, maka alangkah lebih baik lagi jika kita dapat membuat pengingat, entah itu berbentuk kalender ataupun reminder pada telepon seluler.

- b. Jangan memulai pekerjaan di saat-saat terakhir

Walaupun masa tenggang waktu pekerjaan kita masih terbilang jauh, namun kita jangan pernah mengerjakannya di saat-saat terakhir pekerjaan tersebut harus diserahkan. Terkadang kita merasa masih memiliki waktu yang banyak. padahal, hasil kerja sistem kerja

semalam ini seringkali mengantarkan kita ke gerbang kehancuran. Mengapa demikian? Karena dengan kita mengerjakannya dengan terburu-buru, akibatnya banyak detail yang terlewatkan serta kesalahan-kesalahan yang terlewatkan.

c. Delegasikan tugas hingga yang paling kecil

Pekerjaan dengan tenggang waktu yang ditentukan tidak akan diserahkan kepada satu orang saja. Agar kita tidak merasa kewalahan dalam mengerjakan pekerjaan tersebut, maka kita bisa membagi tugas dengan rekan kerja yang memang bertanggung jawab dalam satu proyek yang sama. Serta tak lupa untuk mendelegasikan tugas tersebut sesuai dengan kapasitas masing-masing.

d. Membuatlah *soft deadline*

Agar semua tugas bisa di selesaikan tepat pada waktunya, maka akan jauh lebih baik lagi jika kita membuat *soft deadline* atau tenggang waktu kecil. Kita bisa memberi batasan waktu untuk menyelesaikan tugas-tugas tersebut sesuai dengan tugas masing-masing yang telah dipilah-pilah sesuai dengan waktu *deadline*.

e. Jangan mau gagal

Ketika pekerjaan selesai sesuai tenggang waktu, maka pacu diri kita untuk menepatinya. Jika kita menemui

kesulitan dalam proses pengerjaannya, mintalah bantuan orang lain atau paling tidak kita bisa berusaha menemukan cara agar tugas tersebut benar-benar bisa terselesaikan tepat waktu.

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini sangatlah bermanfaat bagi Praktikan karena dapat memperoleh pengalaman kerja, keterampilan dan pengetahuan yang belum pernah Praktikan dapatkan sebelumnya.

Setelah Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Kantor Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Depok dan membuat laporan ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini dilakukan di *Group of Retail Publishing* Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Gedung Kompas Gramedia Jl. Palmerah Barat 29-37 Jakarta Pusat 10270.
2. Praktikan ditempatkan di Sub Product Specialist bagian Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media).
3. Tugas yang diberikan kepada Praktikan sifatnya hanya membantu kelancaran pelaksanaan operasional seperti Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. Peran sebagai promosi sebagai bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk dan event terkait produk yang dibuat oleh Kompas Gramedia dan memberikan pengarahan kepada setiap sales toko terkait event baru

yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin yang diadakan tiap hari kamis.

Pada pelaksanaannya, Praktikan menemukan beberapa kendala.

Kendala tersebut adalah:

- a. Sarana dan prasarana yang terbatas untuk mahasiswa Praktik Kerja Lapangan seperti komputer dan meja serta ruangan yang terbatas untuk mahasiswa PKL.
 - b. Masih banyaknya data dalam penginputan data kupon yang memiliki asal data kupon yang tidak jelas sehingga membuat tidak jelasnya asal data terkait asal toko dan domisili wilayah kupon berasal.
4. Dalam menyelesaikan pekerjaan dengan adanya tenggang waktu atau *deadline* terasa seperti menjadi momok yang bisa membuat Praktikan menjadi frustrasi. Sebenarnya tenggang waktu itu dibuat bukan untuk membuat Praktikan menjadi sulit, akan tetapi hal itu dilakukan guna membuat pekerjaan Praktikan lebih terorganisir lagi. Dan jika kita menghadapi hal tersebut dengan suasana hati yang tenang, maka pekerjaan praktikan akan terselesaikan dengan baik serta hasil yang baik.
5. Cara mengatasi kendala-kendala tersebut yaitu:
- a. Pada *Marketing Specialist Group of Retail Publishing* Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) terkait sarana dan prasarana belum terpenuhi dengan baik, namun dalam

permasalahan kali ini Praktikan mengatasinya menggunakan laptop milik Praktikan sendiri untuk melaksanakan kegiatan operasional sehari-hari.

- b. Mengatasi kendala masih banyaknya data dalam penginputan data kupon yang memiliki asal data kupon yang tidak jelas sehingga membuat tidak jelasnya asal data terkait asal toko dan domisili wilayah kupon berasal. Namun pada permasalahan penginputan data di *Sub Product Specialist bagian Marketing Specialist Group of Retail Publishing* Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media). Praktikan sesuai dengan arahan pembimbing membuat satu folder baru terkait data pelanggan yang tidak memiliki kode wilayah ataupun toko pembelian produk berasal dari kupon undian menjadi satu arsip database pelanggan tersendiri.

B. Saran

Selama melakukan Praktik Kerja Lapangan, Praktikan menemukan beberapa kekurangan dari Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media), untuk itu Praktikan ingin menyampaikan saran yang diharapkan dapat berguna bagi perusahaan, diantaranya:

1. Diharapkan kepada Kepala *Sub Product Specialist bagian Marketing Specialist Group of Retail Publishing* Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) untuk memberikan informasi terkait marketing

dan pengarsipan data pelanggan yang baik dan benar. Sehingga masing-masing sub bagian dapat mengarsip data masing masing pelanggan mereka dengan baik dan sistematis sesuai dengan sistem yang digunakan.

2. Diharapkan Kompas Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) menyediakan peralatan dan perlengkapan yang memadai untuk mahasiswa PKL, disesuaikan dengan jumlah mahasiswa yang terdapat dalam setiap sub bagian agar pelaksanaan kegiatan kerja dapat dilaksanakan dengan baik dan lancar.
4. Solusi dalam menghadapi *deadline* atau tenggang waktu dengan baik, yaitu sebagai berikut:

Solusi yang dapat dilakukan Praktikan dalam menghadapi *Deadline*

- Buat *reminder*.
- Jangan memulai pekerjaan di saat-saat terakhir
- Delegasikan tugas hingga yang paling kecil
- Membuatlah *soft deadline*
- Jangan mau gagal

DAFTAR PUSTAKA

Philp Kotler. dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2002.

Richard L Daft, *Manajemen*, Penerbit Karya Salemba Empat, Jakarta

The Liang Gie . *Administrasi Perkantoran Modern*, Yogyakarta: Penerbit Liberty,2007

Zulkifli,AM. *Manajemen Kearsipan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003

<http://yudhim.blogspot.com/2008/01/perencanaan-sumber-daya-manusia-psdm.html> (diakses pada tanggal 30 April 2015 pukul 08.55)

<http://tipskarir.com/5-tips-tepat-menghadapi-deadline/> (diakses pada tanggal 30 April 2015 pukul 09.31)

Lampiran 1 : Surat Permohonan Izin PKL



*Building
Future
Leaders*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telp/Fax.: Rektor (021) 4893854, PR I: 4895130, PR II: 4893918, PR III: 4892926, PR IV: 4893982,
BAUK: 4750930, BAAK: 4759081, BAPSI: 4752180
Bag. UHTP: Telp. 4893726, Bag. Keuangan: 4892414, Bag. Kepegawaian: 4890536, HUMAS: 4898486
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 5472/UN39.12/KM/2014
Lamp. : 1 lembar
Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

18 November 2014

Yth. Pimpinan Kompas Gramedia

Kami mohon kesediaan Saudara, untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Jurusan : Ekonomi dan Administrasi
Fakultas : Ekonomi
Sebanyak : 5 Orang (Siti Masitoh, dkk) Daftar Nama Terlampir.
Untuk Mengadakan : Praktek Kerja Lapangan
Dalam Rangka : Memenuhi Tugas Mata Kuliah Praktek Kerja Lapangan
Pada tanggal 1 Januari s.d. 31 Januari 2015
No. Telp/HP : 085659582812
Di : Kompas Gramedia,
Jl. Palmerah Barat 29-37, Jakarta 10270

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Administrasi
Akademik dan Kemahasiswaan,



Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Kaprog / Jurusan Ekonomi dan Administrasi

Drs. Syaifullah
NIP 195702161984031001

Lampiran 2 : Surat Pemberian Izin PKL

Jakarta, 7 Januari 2014

No. : HR Division/090/070115/RSD-PSG
Lamp. : -

Kepada Yth.
Bpk. Drs. Syaifullah
Kepala Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan
Universitas Negeri Jakarta
Di tempat

Dengan hormat,

Menjawab surat No. 5472/UN39.12/KM/2014 tentang permohonan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, maka kami menginformasikan mahasiswa dan mahasiswi Universitas Negeri Jakarta yang tersebut di bawah ini, telah diijinkan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT. Gramedia Asri Media. Mahasiswa dan mahasiswi tersebut akan ditempatkan di bagian Product Specialist Group of Retail Publishing. Adapun nama - nama tersebut adalah sebagai berikut :

NAMA : Andika Alfaquri & Dwi Septiningsih

PERIODE : 12 Januari 2015 – 12 Februari 2015

Demikian surat dari kami. Atas kerjasama yang terjalin kami mengucapkan terima kasih.

Hormat kami,


PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA
Recruitment and Selection Department

Sonia Natasha Marunduh
Recruitment & Selection Superintendent

Lampiran 3 : Surat Keterangan Telah Melaksanakan PKL

GRAMEDIA



No. : HR.Dev.Dept/RecSe/Ext/200/180215
Lamp. : -
Hal : Surat Keterangan Praktik Kerja Industri

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa yang bersangkutan di bawah ini:

Nama : Andika Alfaquri
Jurusan : Ekonomi dan Administrasi (Pend. Tata Niaga)
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Negeri Jakarta

telah melakukan Praktik Kerja Industri di Bagian *Marketing Specialist* Kompas Gramedia Group of Retail & Publishing dari tanggal 12 Januari 2015 – 06 Februari 2015.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 18 Februari 2015


GRAMEDIA ASRI MEDIA
Recruitment & Selection Department

Sonia Natasha
Recruitment & Selection Superintendent



Group of Retail and Publishing
Recruitment and Selection Dept.
Gedung Perintis Lt. 3 Jl. Kebahagiaan No. 4 -14 Jakarta Barat
Tel. 021-2601234, 2601555 Ext. 4302 Fax. 021-6344629
recruitment@gramediabooks.com

TriMedia

Lampiran 4 : Identitas Nama Praktikan PKL

Daftar Nama dan Biodata

Nama : Andika Alfaquri
Jurusan : Ekonomi dan Administrasi
No. Registrasi : 8135123367
Program Studi : Pendidikan Tata Niaga
No. HP : 085717637763
Alamat : Griya Pratama Mas B2/24 RT.03/007
Ds. Cikarageman Setu-Bekasi

Nama : Dwi Septiningsih
Jurusan : Ekonomi dan Administrasi
No. Registrasi : 8135123387
Program Studi : Pendidikan Tata Niaga
No. HP : 085287914302
Alamat : Kp. Kramat Rt. 07/03 No. 56 Kel. Setu Kec.
Cipayung-Jaktim

Lampiran 5 : Daftar Hadir PKL



*Building
Future
Leaders*

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285

www.unj.ac.id/fe

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : ANDIKA ALFAQURI
No. Registrasi : 8135123367
Program Studi : PEND. TATA NIAGA
Tempat Praktik : KOMPAS GRAMEDIA
Alamat Praktik/Telp :

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin / 12 Januari 2015	1. af.	
2.	Selasa / 13 Januari 2015	2. af.	
3.	Rabu / 14 Januari 2015	3. af.	
4.	Kamis / 15 Januari 2015	4. af.	
5.	Jumat / 16 Januari 2015	5. af.	
6.	Senin / 19 Januari 2015	6. af.	
7.	Selasa / 20 Januari 2015	7. af.	
8.	Rabu / 21 Januari 2015	8. af.	
9.	Kamis / 22 Januari 2015	9. af.	
10.	Jumat / 23 Januari 2015	10. af.	
11.	Senin / 26 Januari 2015	11. af.	
12.	Selasa / 27 Januari 2015	12. af.	
13.	Rabu / 28 Januari 2015	13. af.	
14.	Kamis / 29 Januari 2015	14. af.	
15.	Jumat / 30 Januari 2015	15. af.	

Jakarta, 6 - 2 - 2019

Penilai,

PT GRAMEDIA ASRI MUDA

(wihartono)

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan

Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 6 : Daftar Hadir PKL



*Building
Future
Leaders*

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285

www.unj.ac.id/fe

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
...2... SKS

Nama : ANDIKA ALFAQURI
No. Registrasi : 8135123367
Program Studi : PEND. TATA NIAGA
Tempat Praktik : KOMPAS GRAMEDIA
Alamat Praktik/Telp :

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	<u>Senin / 2 Februari 2015</u>	1. <u>af</u>	
2.	<u>Selasa / 3 Februari 2015</u>	2. <u>af</u>	
3.	<u>Rabu / 4 Februari 2015</u>	3. <u>af</u>	
4.	<u>Kamis / 5 Februari 2015</u>	4. <u>af</u>	
5.	<u>Jumat / 6 Februari 2015</u>	5. <u>af</u>	
6.	6.	
7.	7.	
8.	8.	
9.	9.	
10.	10.	
11.	11.	
12.	12.	
13.	13.	
14.	14.	
15.	15.	

Jakarta, 6 - 2 - 2015

Penilai,

PT GRAMEDIA ASIA MEDIA

(wihartono)

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan

Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 7 : Lembar Penilaian



*Building
Future
Leaders*

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285

www.unj.ac.id/fe

PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PROGRAM SARJANA (S1) SKS

Nama : ANDIKA ALFASURI
No.Registrasi : 8135123367
Program Studi : PEND. TATA NIAGA
Tempat Praktik : KOMPAS GRAMEDIA
Alamat Praktik/Telp :

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 50-100	KETERANGAN
1	Kehadiran	90	1.Keterangan Penilaian :
2	Kedisiplinan	90	Skor Nilai Predikat
3	Sikap dan Kepribadian	95	80-100 A Sangat baik
4	Kemampuan Dasar	95	70-79 B Baik
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	95	60-69 C Cukup
6	Kemampuan Membaca Situasi dan		55-59 D Kurang
	Mengambil		2.Alokasi Waktu Praktik :
7	Keputusan	95	2 sks : 90-120 jam kerja efektif
8	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	90	3 sks : 135-175 jam kerja efektif
9	Aktivitas dan Kreativitas	95	
10	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	95	Nilai Rata-rata :
	Hasil Pekerjaan	95	<div><div>915 = 91,5</div><div>10 (sepuluh)</div></div>
			Nilai Akhir :
			<div><div>91,5</div><div>Angka bulat</div></div> <div><div>A</div><div>huruf</div></div>
	Jumlah	915	

Jakarta, 6-2-2015

Penilai,

PT GRAMEDIA ASRI MEDIA

(W. Hartono)

Catatan :
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 8 : Format Penilaian Seminar PKL

Lampiran 9 : Jadwal Kegiatan PKL

**JADWAL KEGIATAN PKL
FAKULTAS EKONOMI –UNJ TAHUN
AKADEMIK 2014/2015**

[illegible]

Lampiran 10 : Log Harian PKL

LOG HARIAN
PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL)
PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA

Nama Praktikan : Andika Alfaquri

Nomor Registrasi : 8135123367

Program Studi : Pendidikan Tata Niaga Reguler 2012

Tanggal Praktik : Tanggal 12 Januari 2015 – 06 Februari 2015

No	Tanggal	Uraian Tugas	Ket
1	12 Januari 2015	✓ Berkenalan dengan para karyawan ✓ Pengarahan <i>Job Desk</i> ✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic.	
2	13 Januari 2015	✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Diberikan arahan oleh Kepala Spesialis Produk Buku Anak mengenai sistem kerja Pemasaran	
3	14 Januari 2015	✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Mendata data undian undian Gramedia Funtastic Comic yang baru masuk.	
4	15 Januari 2015	✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Memberikan pengarahan kepada setiap sales toko terkait <i>event</i> baru yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin yang diadakan tiap hari kamis.	

		✓ Rapat evaluasi Tim <i>Marketing</i>	
5	16 Januari 2015	✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Rapat evaluasi Tim <i>Marketing</i>	
6	19 Januari 2015	✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Mendata data undian undian Gramedia Funtastic Comic yang baru masuk.	
7	20 Januari 2015	✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic.	
8	21 Januari 2015	✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Memberikan pengarahan kepada setiap sales toko terkait <i>event</i> baru yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin yang diadakan tiap hari kamis. ✓ Peran sebagai promosi sebagai bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk dan <i>event</i> terkait produk yang di buat oleh Kompas Gramedia.	
9	22 Januari 2015	✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Acara syukuran Kompas Gramedia (Pasar Rakyat). ✓ Pengecekan Media Sosial ✓ Rapat evaluasi Tim <i>Marketing</i>	
10	23 Januari 2015	✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Mendata data undian undian Gramedia Funtastic Comic yang baru masuk.	

11	26 Januari 2015	✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic.	
12	27 Januari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Memberikan pengarahan kepada setiap sales toko terkait <i>event</i> baru yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin yang diadakan tiap hari kamis. ✓ Peran sebagai promosi sebagai bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk dan event terkait produk yang di buat oleh Kompas Gramedia. 	
13	28 Januari 2015	✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic.	
14	29 Januari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Pengecekan Media Sosial ✓ Rapat evaluasi Tim <i>Marketing</i> 	
15	30 Januari 2015	✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic.	
16	02 Februari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Memberikan pengarahan kepada setiap sales toko terkait <i>event</i> baru yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin yang diadakan tiap hari kamis. ✓ Peran sebagai promosi sebagai bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk dan event 	

		terkait produk yang di buat oleh Kompas Gramedia.	
17	03 Februari 2015	✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic.	
18	04 Februari 2015	✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Pengecekan Media Sosial	
19	05 Februari 2015	✓ Pengecekan kembali berkas undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Rapat evaluasi Tim <i>Marketing</i>	
20	06 Februari 2015	✓ Pengecekan akhir berkas undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Perapihan dokumen PKL	

Lampiran 11 : Dokumentasi Surat Pemesanan dan Promosi

PEMESAN

Divisi - Departemen: Product Specialist – Marketing

Bagian: Modern Store / B2B Channel / School Channel / Luar Kota

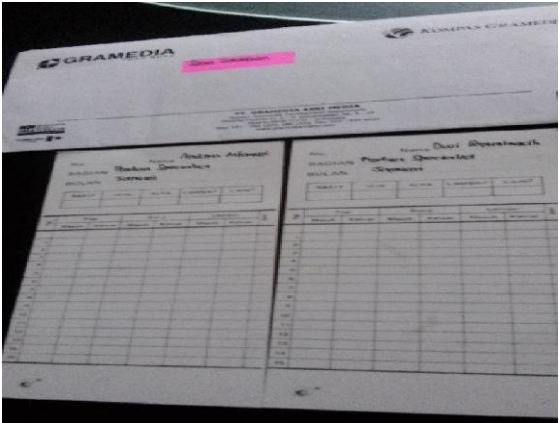


Nama: Dika

JUDUL: BELI 2 GRATIS 1				
1	JENIS MATERI PROMO Wobbler	ISI/MATERI DESAIN Desain yang berkaitan dengan komik elex, m&c, atau LC Tagline: BELI 2 , GRATIS 1 *Selama persediaan masih ada (tidak ada logo Gramedia)		
	UKURAN	KUANTITAS 100	BENTUK OUTPUT (hapus salah satu) - Fisik (Cetak/Print/dll.)	DEADLINE Segera
2	JENIS MATERI PROMO	ISI/MATERI DESAIN		
	UKURAN	KUANTITAS	BENTUK OUTPUT (hapus salah satu) - Digital - Fisik (Cetak/Print/dll.)	DEADLINE
3	JENIS MATERI PROMO	ISI/MATERI DESAIN		
	UKURAN	KUANTITAS	BENTUK OUTPUT (hapus salah satu) - Digital - Fisik (Cetak/Print/dll.)	DEADLINE
KETERANGAN TAMBAHAN Hasil cetakan kirim ke Palbar Lantai 3 (Prolist)				
Beban Biaya:			UNTUK MENGURANGI KESALAHAN MOHON MELAMPIRKAN DETAIL YANG DIBUTUHKAN (mis. foto, gambar, detail ukuran, dll.)	




Mengetahui



(Wihartono)

Lampiran 12 : Dokumentasi Kegiatan

NO	KEGIATAN	DOKUMENTASI
1	Absensi harian PKL	
2	Suasana ruang kerja	
3	Toko Gramedia	

4	Presentasi produk terbaru pada pertemuan dengan perwakilan karyawan toko gramedia sejabodetabek.	 <p>The image shows a man in a blue and white checkered shirt standing in front of a large screen. The screen displays a 'Top Ten Komik' chart with columns for Rank, Title, and Sales. The chart lists the top 10 comic titles and their respective sales figures. The man is gesturing with his right hand while speaking.</p>
5	Saat mengisi data event dan laporan laporan lainnya.	 <p>The image shows a close-up of a hand typing on a laptop keyboard. The laptop screen displays a spreadsheet with multiple columns and rows of data. In the foreground, there are several colorful comic books or magazines stacked on a desk.</p>
6	Acara syukuran Kompas Gramedia (Pasar Rakyat).	 <p>The image is a collage of four photographs. The top-left photo shows a man in a patterned shirt standing in a wet outdoor area. The top-right photo shows a banner for 'Syukuran Kompas Gramedia 2015'. The bottom-left photo shows a stage with a large screen and a crowd of people. The bottom-right photo shows a bowl of food, likely a salad or a dish with vegetables and meat, being served.</p>

7	Desain kantor saat ulang tahun took buku gramedia.	
8	Para karyawan merayakan ulang tahun toko buku gramedia.	
9	Rapat divisi marketing	

10	Pembagian materi personal selling.	
11	Bersama divisi marketing-product specialist	
12	Bersama pembimbing PKL	